



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Carlo Bilotti

12 – 17 Ottobre 2021

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2019-2021
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **103 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 12 al 17 ottobre** presso il **Museo Carlo Bilotti** (gli intervistati rappresentano il 36% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,31\%$ .

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0

Nel 2021, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione** (2,75), la **pulizia del sito**, (2,69), il **personale in sala** (2,59) e i **supporti informativi** (2,55).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **posti a sedere** (2,02).

La **caffetteria**, la **pulizia del sito** e il **personale in sala** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per un 41% da cittadini **romani** e un ulteriore 41% da turisti **stranieri**, **impiegati** (30%) e **studenti** (22%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (60%), di età giovane compresa tra i **19** e **39 anni** (47%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando per caso** (20% sul totale degli intervistati); poi seguono **internet** (18%), **conoscenza personale** (13%) e **stendardo sull'edificio** (12%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando, per caso* oppure tramite lo *stendardo sull'edificio* e la *mappa di Roma* siano soprattutto i turisti (italiani e stranieri), nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso molto soddisfatti. Invece a rispondere *conoscenza personale* o *internet* sono in prevalenza i visitatori romani, alcuni già stati al Museo Carlo Bilotti, il cui giudizio è uguale alle attese e in generale sono abbastanza soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

Museo Carlo Bilotti 2021	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,33	2,00	103	0	0,473	0%	33%	0%	100%
Orari di apertura	2,38	2,00	103	0	0,526	0%	40%	0%	98%
Personale di accoglienza	2,51	3,00	103	0	0,502	0%	51%	0%	100%
Guardaroba	2,20	2,00	59	44	0,406	43%	20%	0%	100%
Opere della collezione	2,75	3,00	103	0	0,437	0%	75%	0%	100%
Supporti informativi	2,55	3,00	101	2	0,538	2%	57%	0%	98%
Supporti digitali	2,34	2,00	96	7	0,577	7%	40%	0%	95%
Personale in sala	2,59	3,00	100	3	0,494	3%	59%	0%	100%
Segnaletica interna	2,43	2,00	103	0	0,535	0%	45%	0%	98%
Posti a sedere	2,02	2,00	88	15	0,587	15%	18%	0%	84%
Pulizia del sito	2,69	3,00	103	0	0,465	0%	69%	0%	100%
Caffetteria	2,32	2,00	79	24	0,589	23%	38%	0%	94%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,51</b>	<b>3,00</b>	<b>103</b>	<b>0</b>	<b>0,502</b>	<b>0</b>	<b>51%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,43).

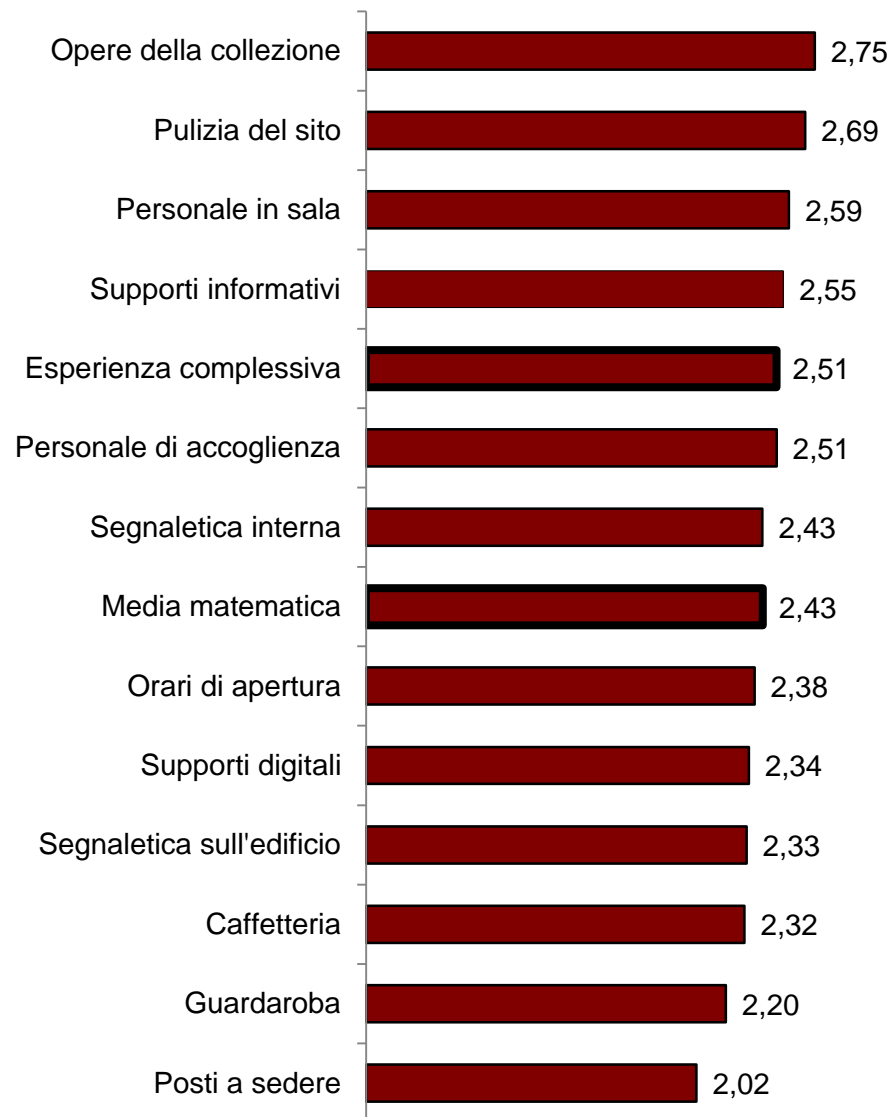
## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala** e i **supporti informativi**.

Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **posti a sedere**.

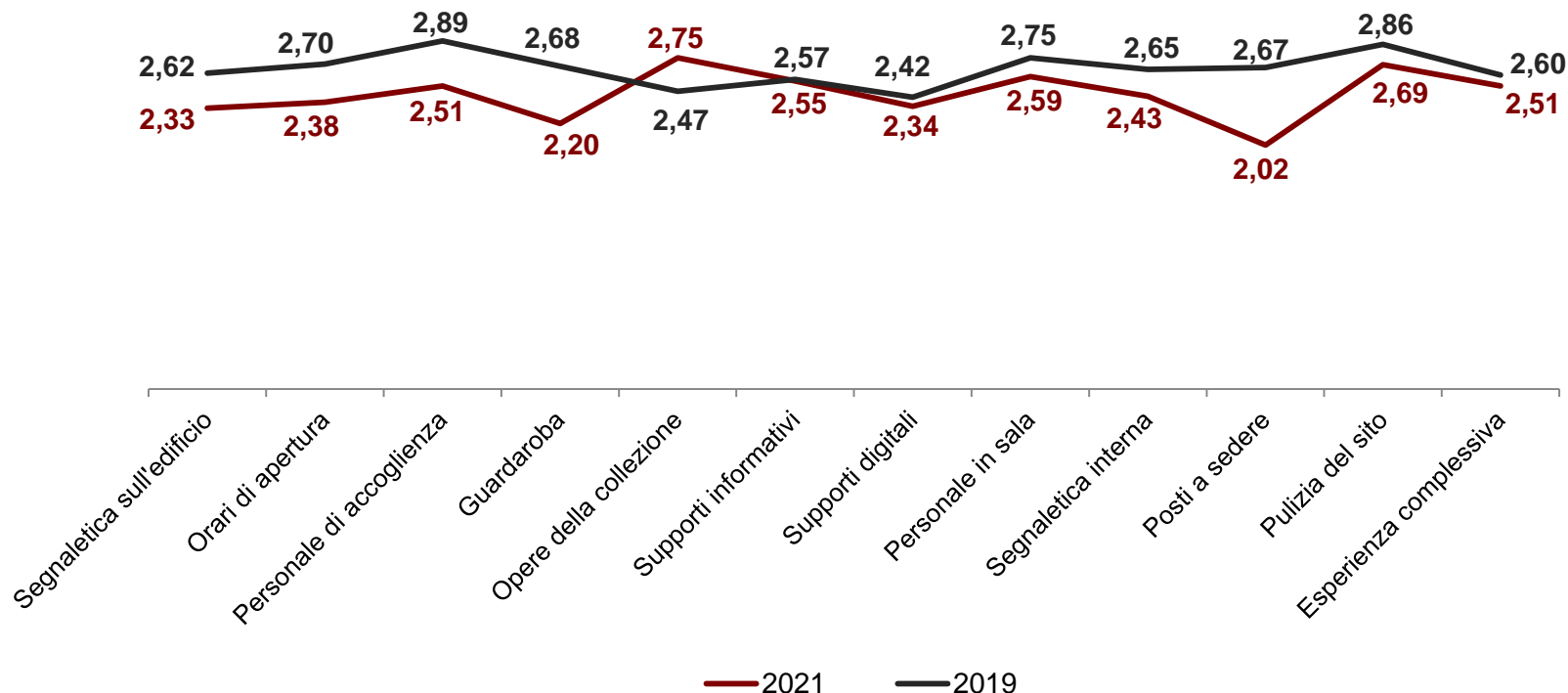
Invece il **guardaroba** registra una media pari allo standard (tale servizio è stato utilizzato dal 57% degli intervistati).



## Analisi del trend 2019-2021

Rispetto alla precedente indagine realizzata nel 2019<sup>(\*)</sup>, il trend risulta piuttosto costante e lineare, seppure con qualche discrepanza.

Si rileva un aumento del livello di soddisfazione sulle opere della collezione, mentre si registra una flessione sulle restanti variabili, in particolare sul guardaroba e sui posti a sedere (nel primo caso il valore medio è pari allo standard di 2,20, mentre nel secondo caso scende al di sotto di esso).

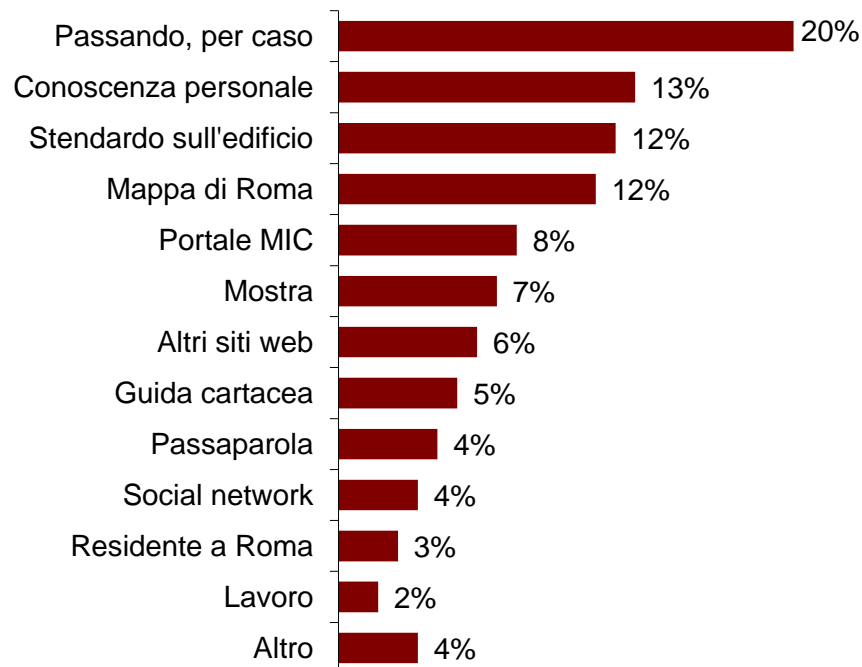


<sup>(\*)</sup> Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.

## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 20% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando per caso**” (in netta discesa dal 43% emerso nel 2019); il 18% risponde “**internet**” (era 26% nella precedente indagine); il 13% “**conoscenza personale**” e il 12% “**stendardo sull’edificio**” (in notevole aumento rispetto all’ultima indagine quando erano rispettivamente 0% e 2%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso oppure tramite lo stendardo sull’edificio e la mappa di Roma siano soprattutto i turisti (italiani e stranieri), nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso molto soddisfatti. Invece a rispondere conoscenza personale o internet sono in prevalenza i visitatori romani, alcuni già stati al *Museo Carlo Bilotti*, il cui giudizio è uguale alle attese e in generale sono abbastanza soddisfatti.

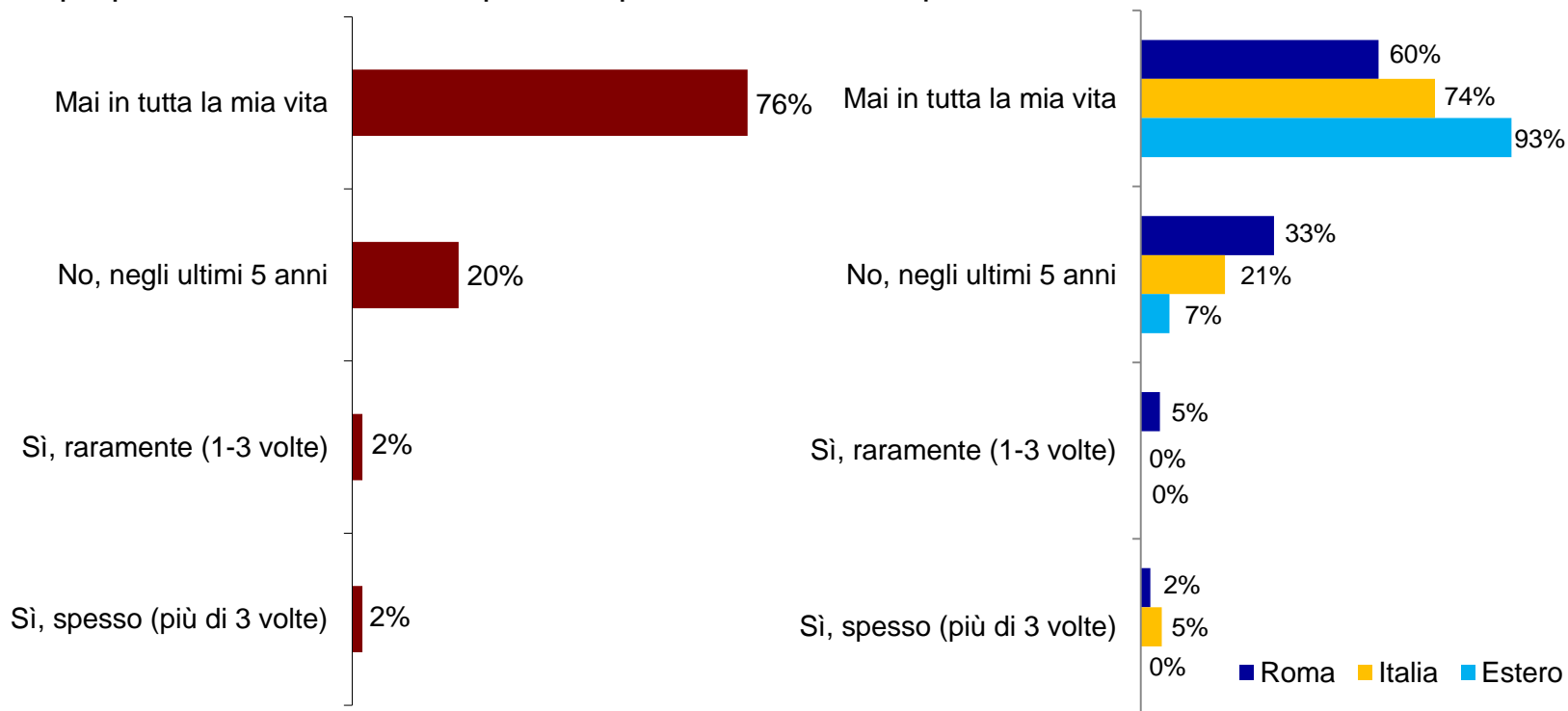




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (76% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima** al *Museo Carlo Bilotti*, il 20% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il 4% già vi è stato (2% “*da una a tre volte*” e il 2% “*più di tre volte*”).

Come si denota dal grafico sottostante a destra, risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (in prevalenza quelli stranieri), con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece ad avere già visto il Museo Carlo Bilotti sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), il cui giudizio è uguale alle proprie attese e hanno frequentato più di tre musei in quest’ultimo anno.

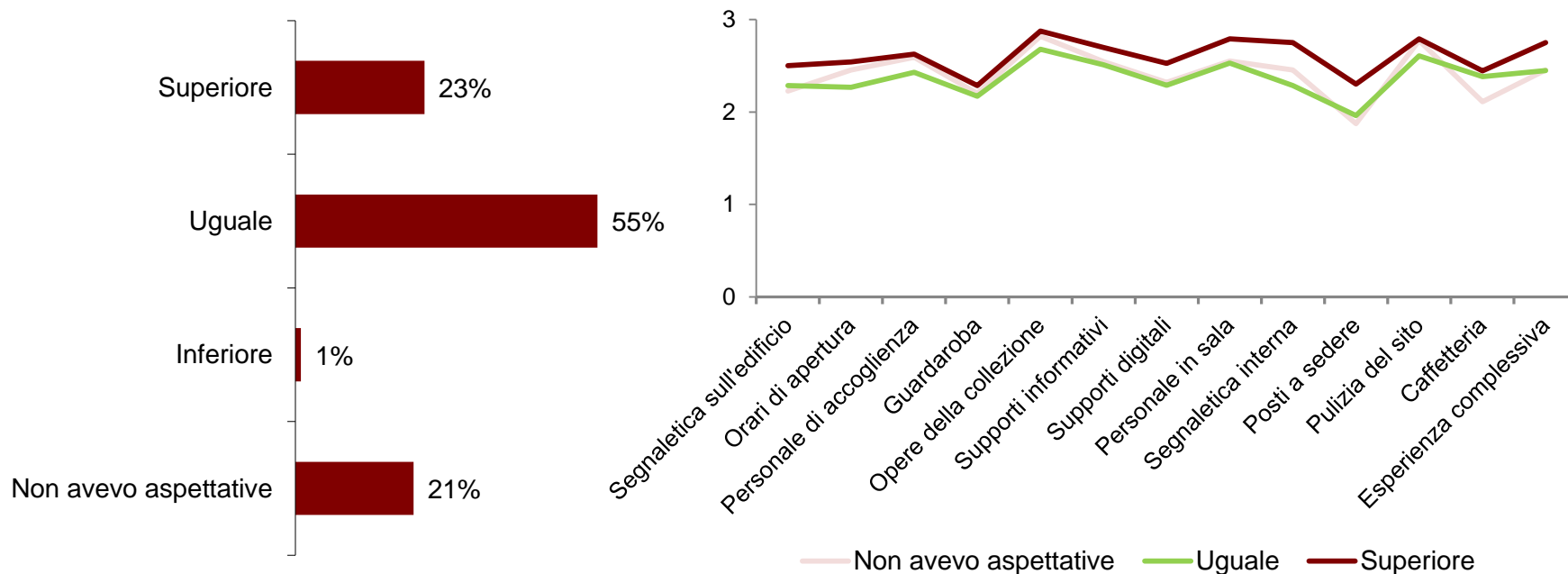


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 55% del campione intervistato afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 23% è superiore e solo il restante 1% ritiene il museo inferiore ad esse. Il 21% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto i nuovi visitatori, mentre ad avere un giudizio uguale alle attese sono in particolare coloro che dichiarano di essere già stati al *Museo Carlo Bilotti*.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante).



## Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo Carlo Bilotti* è pari al **52%**.

Il 44% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”; solo il restante 2% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



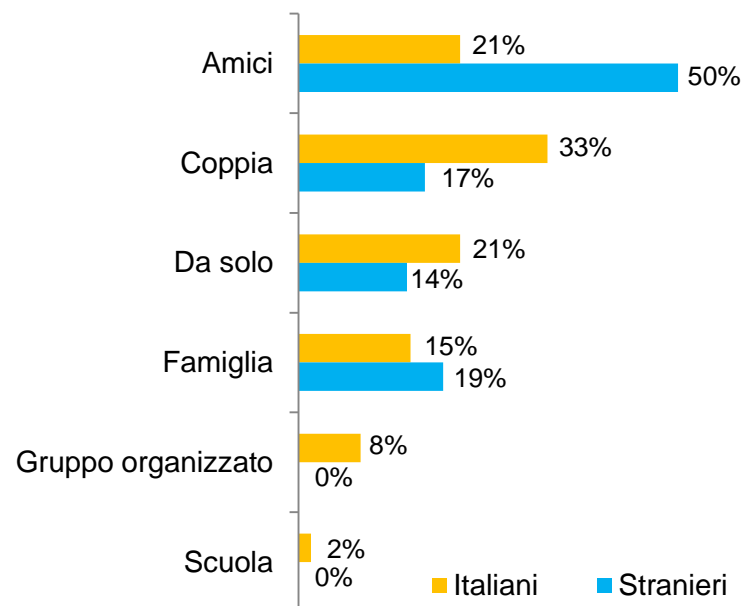
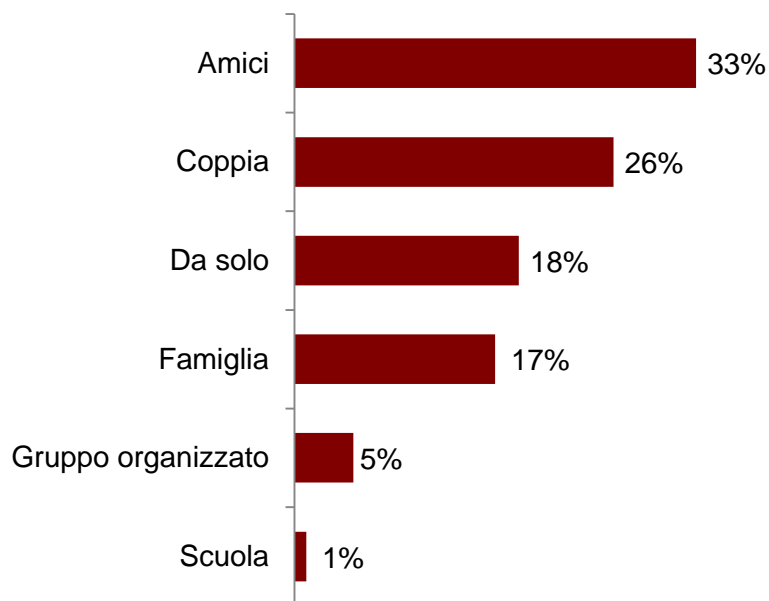
NET PROMOTER SCORE Museo Carlo Bilotti 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	1	7	38	35	21
0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	7%	37%	34%	20%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI = 44%	PROMOTORI = 54%		
<b>54% - 2% = 52%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 33% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con “**amici**”, il 26% in “**coppia**”, il 18% da “**solo**”, il 17% con la propria “**famiglia**”, il 5% con un “**gruppo organizzato**” e il restante 1% viene in gita con la “**scuola**”.

Risulta significativo che a venire con gli amici siano principalmente i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), con titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori. A visitare il museo in coppia sono soprattutto i turisti italiani, diplomati, che vengono per la prima volta al *Museo Carlo Bilotti*, mentre a venire da soli sono in particolare i visitatori italiani (in prevalenza romani), laureati, alcuni già stati in questo museo.

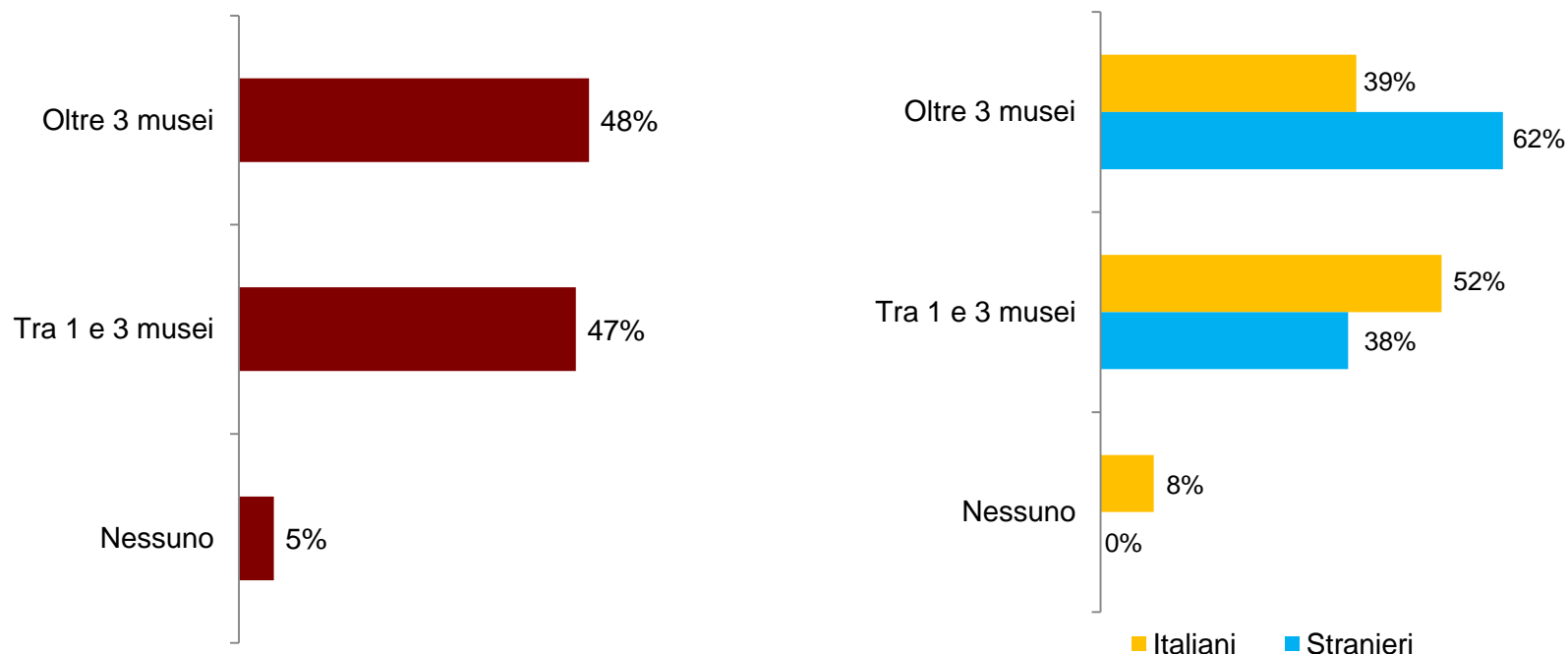
Infine a venire con un gruppo organizzato o la scuola sono in prevalenza coloro che giungono da altre province italiane, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, nuovi visitatori.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Quasi la metà del campione intervistato (48% sul totale) dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 47% “**tra uno e tre musei**” e il 5% non ne ha visitato “**nessuno**”.

Come si rileva dal grafico sottostante a destra, risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano in particolare i turisti stranieri, mentre tra chi ha frequentato meno di tre musei, prevalgono soprattutto i visitatori italiani.



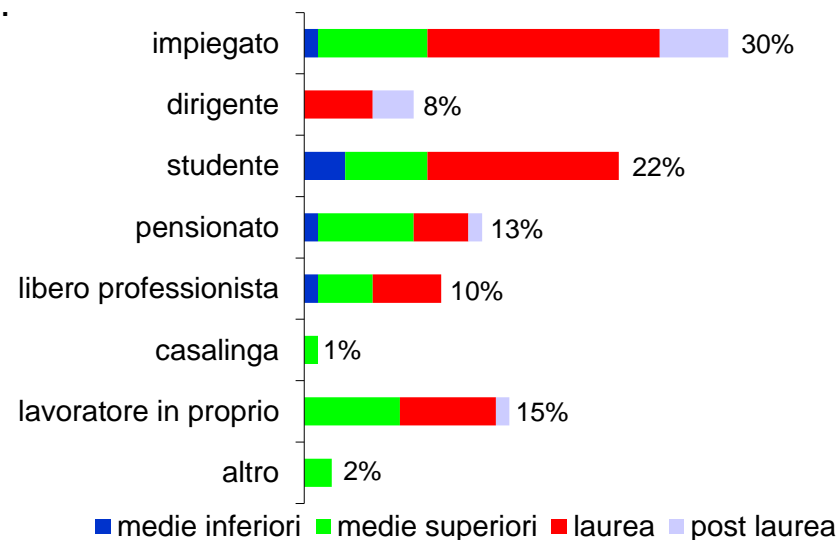
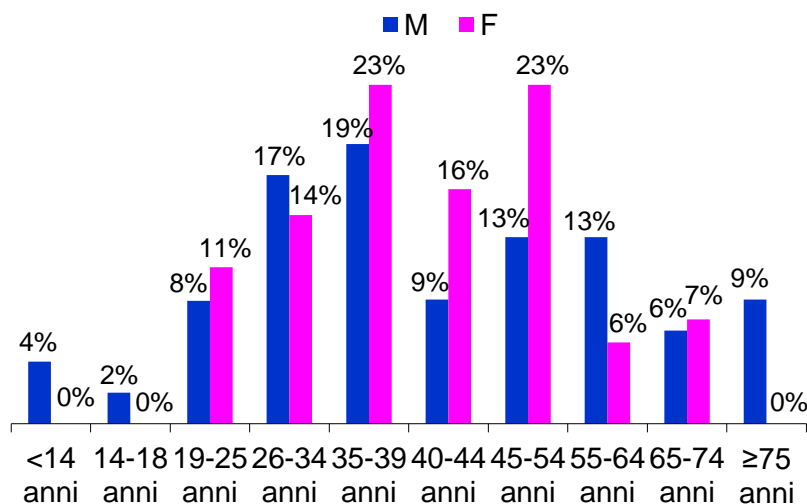
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; nel 2019 era il 60% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 35-54 anni. Invece gli uomini emergono in particolare tra i minorenni e gli over 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età giovane compresa tra i **19 e 39 anni**, che raggiungono complessivamente il 47% sul totale degli intervistati (erano il 51% nel 2019). In aumento la fascia dei 40-44 anni (da 5% a 13%), mentre diminuiscono le fasce dei 55-74 anni (da 22% al 16%).

Il 60% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (74% nell'indagine precedente).

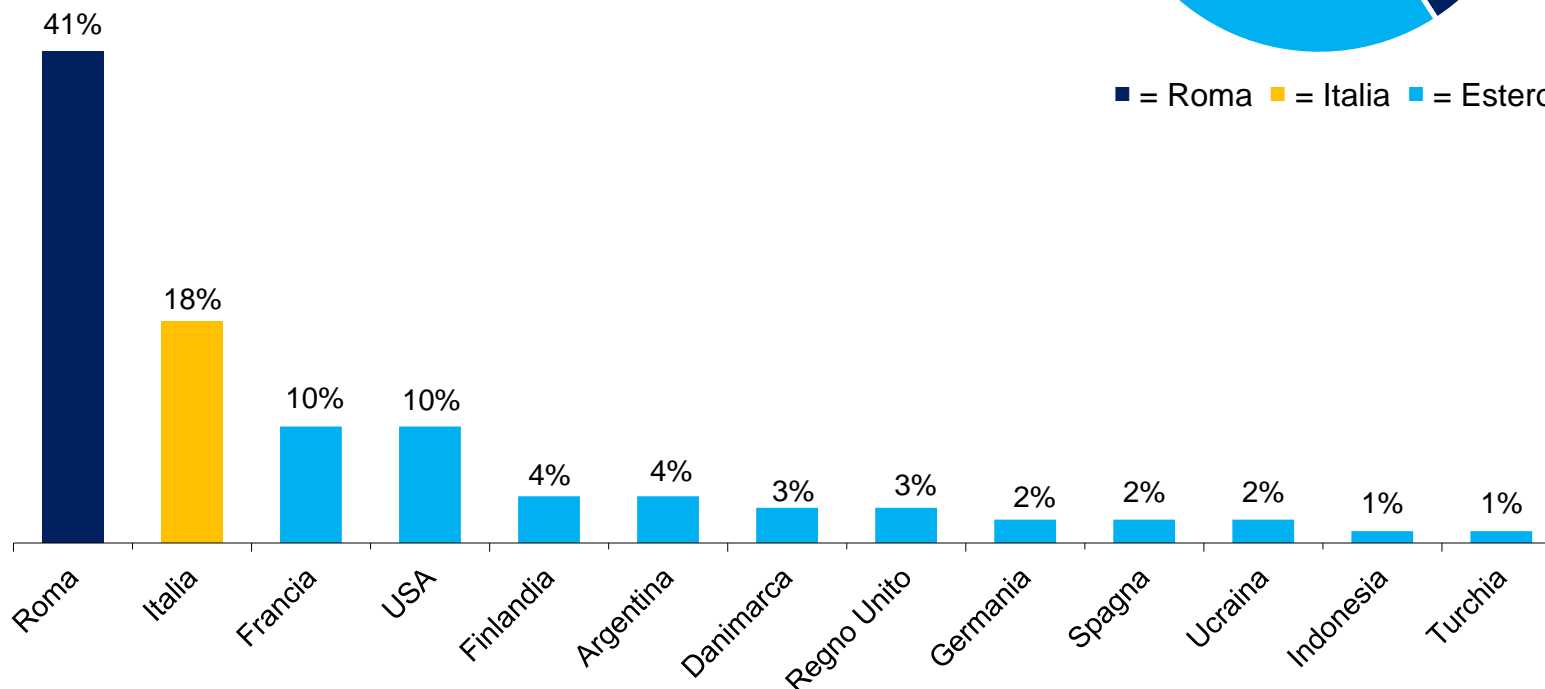
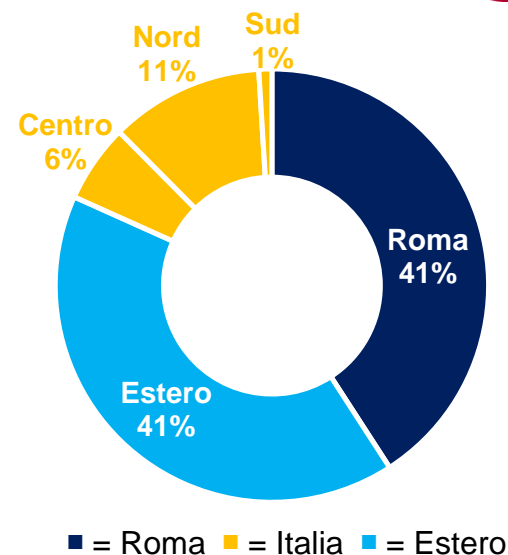
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (30%; erano il 23% nel 2019); poi seguono gli studenti (22%; in discesa dal 27% emerso nella scorsa indagine) e i lavoratori in proprio (15%; in aumento dal 4% emerso nel 2019).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Un 41% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (in lieve aumento dal 39% emerso nel 2019) e un ulteriore 41% da turisti provenienti dall'**estero** (45% nell'indagine precedente); il restante 18% giunge da altre province italiane (16% nel 2019).

Tra le nazionalità estere prevalgono la **francese** e l'**americana** (10%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.

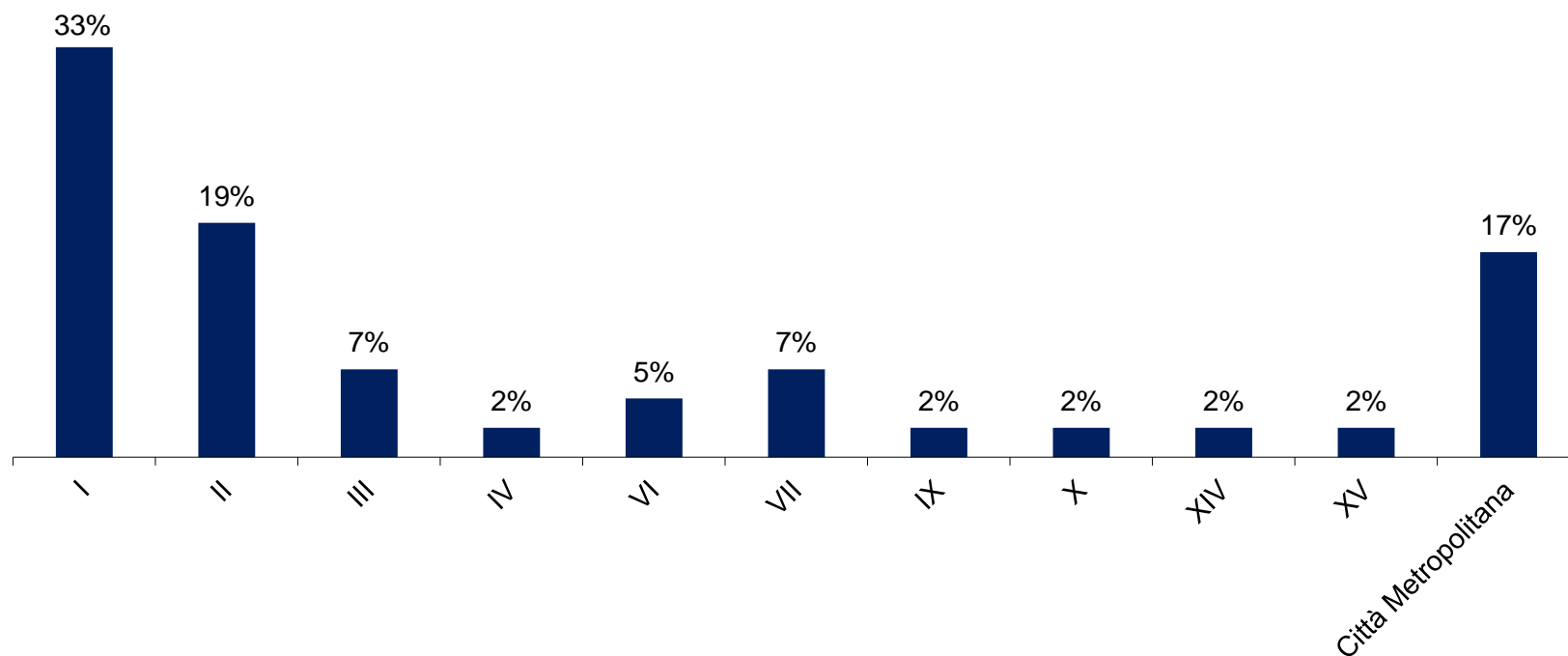


## Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto il **Municipio I** (33%), seguito dal **Municipio II** (19%), mentre il 17% giunge dalla **Città Metropolitana**.

Si rileva una ripartizione piuttosto diversificata, che denota una buona frequentazione del museo da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città, anche se alcuni municipi raggiungono percentuali più basse.

Per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante.





## Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,556**	,434**	,285*	0,123	,305**	0,036	-0,064	0,169	,289**	,293**	0,013	0,103
Orari di apertura	,556**	1,000	,649**	,474**	,205*	,210*	0,160	0,109	,212*	,324**	,305**	-0,005	,328**
Personale di accoglienza	,434**	,649**	1,000	,307*	,285**	,318**	,338**	,224*	,300**	0,205	,355**	-0,038	,262**
Guardaroba	,285*	,474**	,307*	1,000	0,065	,262*	0,225	0,109	0,192	0,152	0,145	0,189	,279*
Opere della collezione	0,123	,205*	,285**	0,065	1,000	,362**	,354**	,293**	,344**	0,202	0,141	0,196	,375**
Supporti informativi	,305**	,210*	,318**	,262*	,362**	1,000	,446**	,236*	,472**	,442**	,228*	,328**	,335**
Supporti digitali	0,036	0,160	,338**	0,225	,354**	,446**	1,000	,546**	,560**	,451**	,340**	,329**	,349**
Personale in sala	-0,064	0,109	,224*	0,109	,293**	,236*	,546**	1,000	,519**	0,113	,256*	,367**	,379**
Segnaletica interna	0,169	,212*	,300**	0,192	,344**	,472**	,560**	,519**	1,000	,298**	,412**	,342**	,375**
Posti a sedere	,289**	,324**	0,205	0,152	0,202	,442**	,451**	0,113	,298**	1,000	0,072	0,198	,275**
Pulizia del sito	,293**	,305**	,355**	0,145	0,141	,228*	,340**	,256*	,412**	0,072	1,000	,345**	,397**
Caffetteria	0,013	-0,005	-0,038	0,189	0,196	,328**	,329**	,367**	,342**	0,198	,345**	1,000	,491**
Esperienza complessiva	0,103	,328**	,262**	,279*	,375**	,335**	,349**	,379**	,375**	,275**	,397**	,491**	1,000

\*\*\* L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

## Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutte le variabili oggetto d'indagine sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Museo Carlo Bilotti* la **caffetteria**, la **pulizia del sito** e il **personale in sala** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

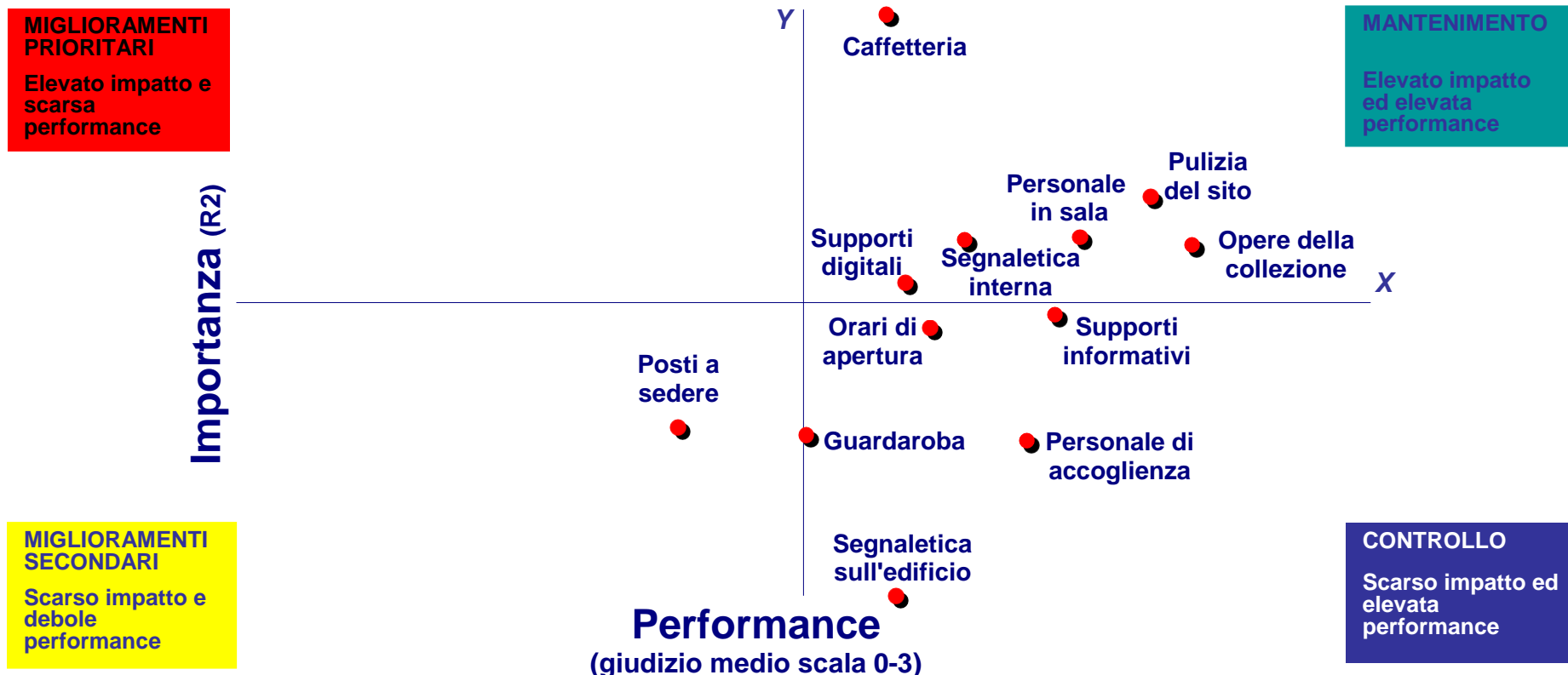
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Caffetteria	0,491
Pulizia del sito	0,397
Personale in sala	0,379
Opere della collezione	0,375
Segnaletica interna	0,375
Supporti digitali	0,349
Supporti informativi	0,335
Orari di apertura	0,328
Guardaroba	0,279
Posti a sedere	0,275
Personale di accoglienza	0,262

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **caffetteria** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche la **pulizia del sito**, il **personale in sala**, le **opere della collezione**, la **segnaletica interna** ed i **supporti digitali** si posizionano nel quadrante in alto a destra, seppure più in basso. Nessun aspetto risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



\* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

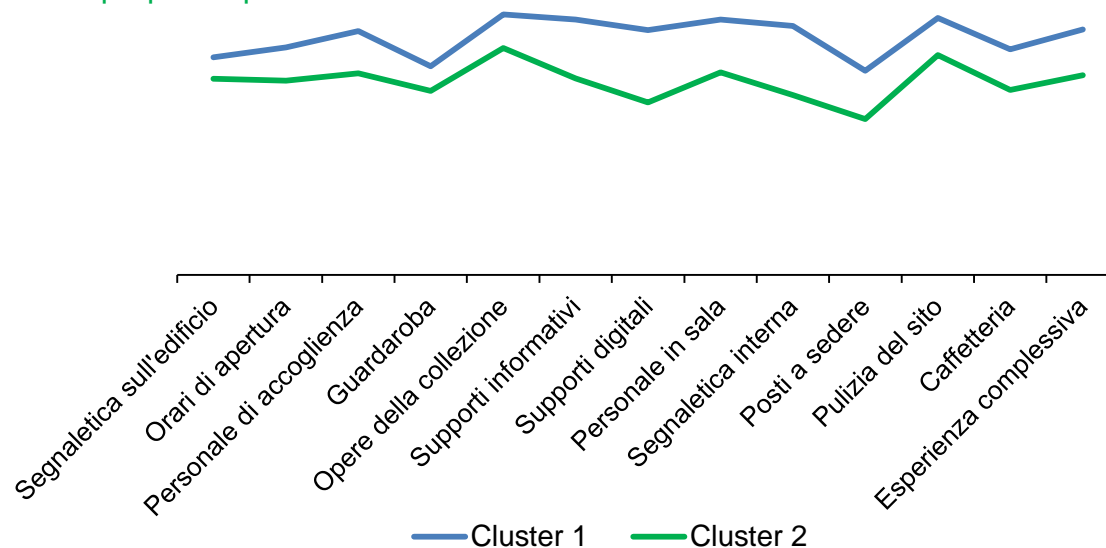
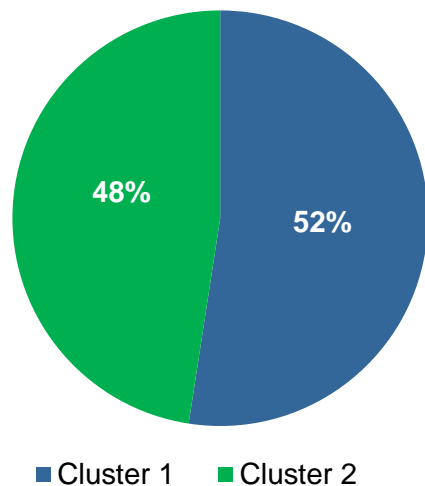
## Cluster Analysis

L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (54 individui per il *Cluster 1* e 49 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti**: in prevalenza donne; di età 19-34 e 45-64 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; scoprono il museo soprattutto passando per caso oppure con lo standardo sull'edificio e la mostra temporanea; vengono da soli o con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative.

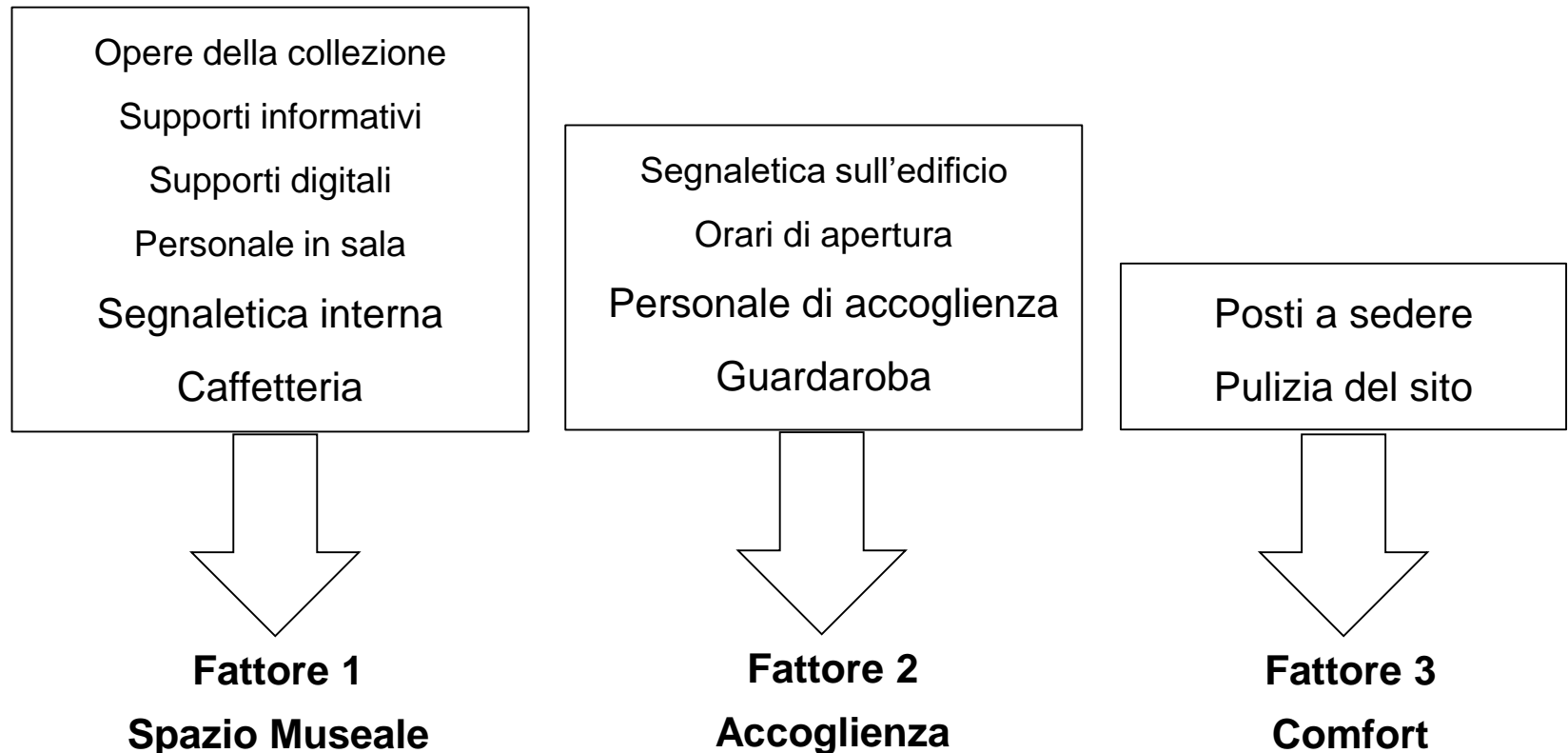
**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti**: in prevalenza uomini; di età 35-44 e oltre i 65 anni; con titolo di laurea o post laurea; impiegati e pensionati; scoprono il museo soprattutto tramite internet; vengono in coppia o con un gruppo organizzato; giudizio uguale alle proprie aspettative.



## Analisi Fattoriale

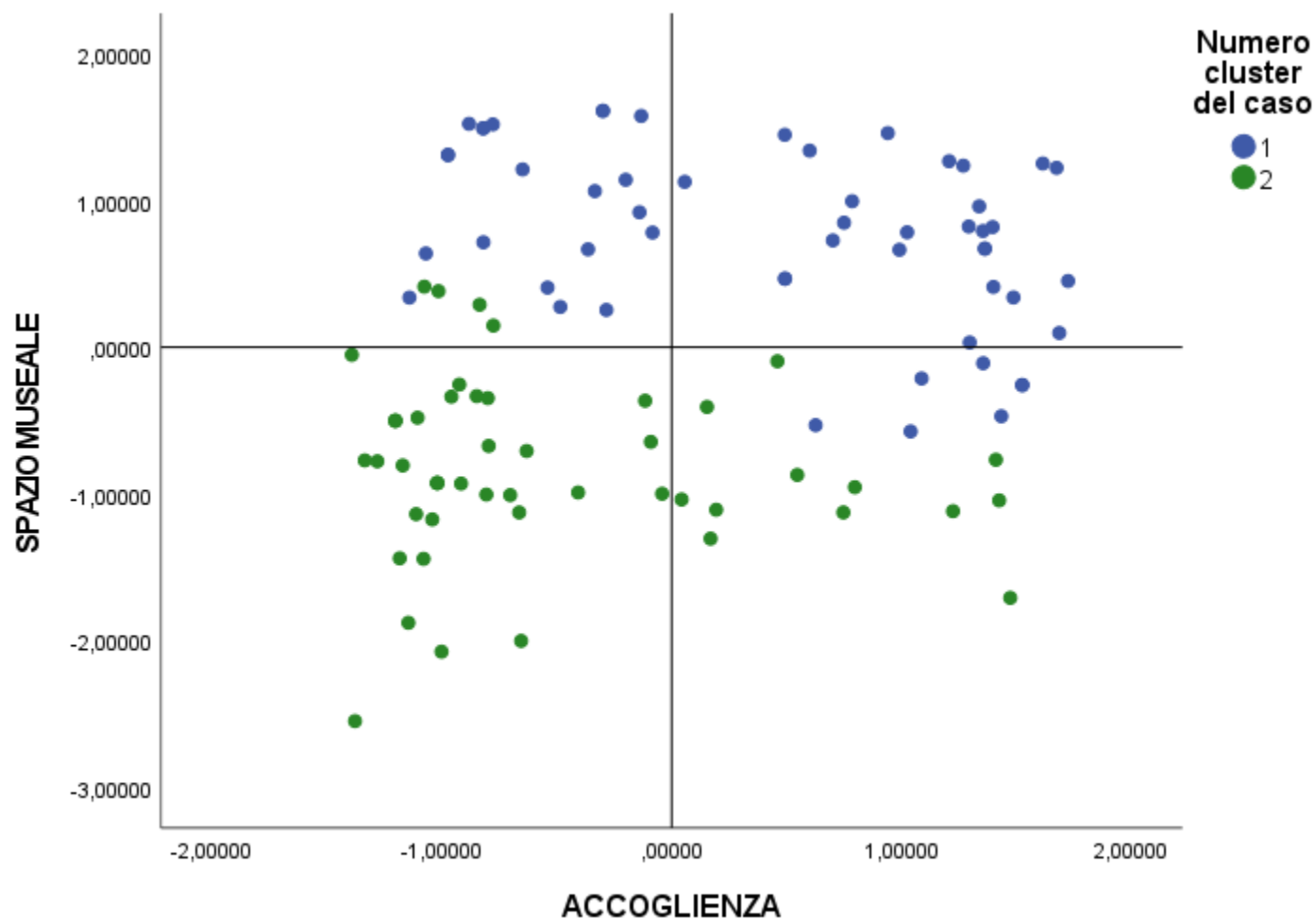
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione soprattutto sul Fattore 1 (*Spazio Museale*), mentre il Cluster 2 degli “*Abbastanza Soddisfatti*” rileva una più ampia dispersività di giudizi.



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 90**

**ELOGIO** molto bella la sala di De Chirico. **Totale 1**

---

**COMUNICAZIONE** pubblicizzare di più sia il museo che le mostre temporanee. **Totale 5**

**AUDIOGUIDA** manca. **Totale 4**

**ALTRO.** **Totale 5**

**TOTALE 14 SUGGERIMENTI**  
**Museo Carlo Bilotti**

## Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita       No, negli ultimi 5 anni       Sì da 1 a 3 volte       Sì più di 3 volte

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste)       standardo sull'edificio       scuola-università  
 www.museiincomuneroma.it       amici/parenti       social network  
 altri siti internet       scuola-università       altro.....

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:  Superiore     Uguale     Inferiore     Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

MINIMO  0     1     2     3     4     5     6     7     8     9     10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo?  Da solo     Gruppo organizzato     Coppia     Amici     Famiglia     Scuola     Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?  Nessuno     Tra 1 e 3 musei     Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare \_\_\_\_\_

**DATI PERSONALI** : Età:  <14     14-18     19-25     26-34     35-39     40-44     45-54     55-64     65-74     ≥75    Genere:  M     F

Titolo di studio:  scuola dell'obbligo     studi superiori     laurea     post laurea

Professione:  impiegato     dirigente     studente     pensionato     libero professionista     casalinga     operaio     disoccupato     altro.....

Provenienza:  Roma (Municipio: ..... )     Altra Provincia italiana:.....     Altra Nazionalità:.....